

**PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN MOBILE  
PAYMENT OVO**

**PROPOSAL SKRIPSI**



**UNIVERSITAS**  
Nama : Bagus Purnomo Nugroho  
**MERCU BUANA**  
Nim : 43116110378

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bagus Purnomo Nugroho

Nim : 43116110378

Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Oktober 2020



Bagus Purnomo Nugroho

Nim : 43116110378

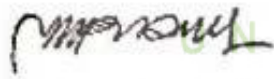
**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Bagus Purnomo Nugroho  
NIM : 43116110378  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul Penelitian : Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*  
dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Payment* OVO.  
Tanggal Lulus : 21 Oktober 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji



Dr. Tafiprios, SE., MM



Dr. Erna S. Imaningsih, SE, M.Si

Tanggal:

Tanggal:

Dekan

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Harmono Sih, Ak., M.Si., CA



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal:

Tanggal:

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Perceived Usefulness*, Pengaruh *Ease of Use* dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Payment OVO*. Objek penelitian ini adalah pengguna *mobile payment OVO* yang sudah pernah menggunakan *mobile payment OVO*. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Oleh karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dengan *software Output* pengolahan dengan SPSS 23, 2020 dan data primer diolah dengan menggunakan Smart-PLS, 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji *t (bootstrapping)* variabel independen *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan penggunaan *mobile payment OVO*.

**Kata Kunci:** *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, Promosi, Keputusan penggunaan, *Mobile Payment OVO*.



## ABSTRACT

*This study is to determine the perceived usefulness, perceived ease of use and promotion on the decision to use OVO mobile payment. The object of this research is the OVO mobile payment users who already used the OVO mobile payment. This research was conducted on 100 respondents using a quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis with output processing software with SPSS 23, 2020 and primary data is processed using Smart-PLS, 2020. The results of this study indicate that the t test (bootstrapping) the independent variable is perceived usefulness, perceived ease of use and promotion have a positive and significant effect on the dependent variable, namely the decision to use the OVO mobile payment.*

*Key Word: Perceived usefulness, Perceived Ease of Use, Promotion, Decision of The Use, OVO Mobile Payment.*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Payment OVO*”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Tafiprios, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin

berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Tafiprios, SE, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak saran, waktu, semangat dan pengetahuan serta nasihat yang sangat bermanfaat.
5. Ibu Daru Asih, Dr., SE, MM selaku dosen metodologi penelitian yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
7. Kedua orangtua tercinta Bapak S. Janarto Septiaji dan Ibu Ariani Dewi Susilowati yang selalu memberikan doa, motivasi, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.

8. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Oktober 2020

Bagus Purnomo Nugroho



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah.....	18
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	19
1. Tujuan Penelitian.....	19
2. Manfaat Penelitian.....	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>20</b>
A. Kajian Pustaka.....	20
1. Perilaku Konsumen .....	20

a. Definisi Perilaku Konsumen.....	20
2. Keputusan Penggunaan .....	21
a. Pengenalan Masalah .....	21
b. Pencarian Informasi.....	22
c. Evaluasi Alternatif.....	22
d. Keputusan Penggunaan .....	23
e. Perilaku Pasca Penggunaan .....	23
f. Dimensi dan Indikator Keputusan Penggunaan .....	24
3. <i>Financial Technology</i> (FinTech).....	25
a. Definisi <i>Financial Technology</i> (FinTech) .....	25
b. Manfaat <i>Financial Technology</i> (FinTech).....	25
4. Teknologi <i>Mobile Payment</i> .....	26
5. Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	27
6. Persepsi Kegunaan Penggunaan ( <i>Perceived Usefulness</i> ).....	30
a. Dimensi dan Indikator <i>Perceived Usefulness</i> .....	31
7. Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ).....	31
a. Dimensi dan Indikator <i>Perceived Ease of Use</i> .....	32
8. Promosi.....	33
a. Pengertian Promosi.....	33
b. Tujuan Promosi .....	34
c. Bauran Promosi .....	35
d. Dimensi dan Indikator Promosi.....	37

9. Penelitian Terdahulu .....	37
B. Kerangka Pemikiran.....	42
C. Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	46
B. Desain Penelitian.....	46
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	47
1. Definisi Variabel .....	47
a. Variabel Independen (X) .....	47
b. Variabel Dependen (Y).....	48
2. Operasionalisasi Variabel.....	49
D. Pengukuran Variabel.....	54
E. Populasi dan Sampel .....	55
1. Populasi.....	55
2. Sampel.....	55
F. Teknik Pengumpulan Data.....	57
1. Sumber Data.....	57
a. Data Primer .....	58
b. Data Sekunder .....	59
H. Metode Analisis Data.....	59
1. Analisis Partial Least Square.....	60
2. Langkah-Langkah Pengujian Analisis PLS.....	60

a. Evaluasi <i>Measurement Model</i> .....	60
b. <i>Convergent Validity</i> .....	61
c. <i>Discriminant Validity</i> .....	61
d. <i>Composite Reliability</i> .....	61
3. Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Ineer Model</i> ).....	62
a. Nilai <i>R Square</i> .....	62
b. <i>Goodness of Fit Model</i> .....	62
c. Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur) .....	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	64
B. Statistik Deskriptif.....	65
1. Deskripsi Responden.....	65
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	66
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	67
2. Deskripsi Variabel.....	68
a. Variabel Persepsi Kegunaan ( <i>Perceived Usefulness</i> ).....	68
b. Variabel Persepsi Kemudahan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ).....	69
c. Variabel Promosi .....	70
d. Variabel Keputusan Penggunaan.....	71
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	72
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	72

a. Uji Validitas.....	73
1. <i>Convergent Validity</i> .....	73
2. <i>Discriminant Validity</i> .....	77
b. Uji Reliabilitas.....	80
c. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	81
1. Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ).....	82
2. <i>Goodness of Fit Model</i> .....	82
3. Evaluasi Pengujian Hipotesa .....	83
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	86
1. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Terhadap Keputusan Penggunaan.....	86
2. Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap Keputusan Penggunaan.....	86
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan.....	87
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	89
A. Simpulan.....	89
B. Saran .....	90
1. Saran Untuk Perusahaan.....	90
2. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	92
<b>LAMPIRAN</b> .....	95

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1.	Lembaga Penerbit Uang Elektronik .....	3
1.2.	Jumlah Pengguna <i>Smartphone</i> dan Penetrasi di Asia Pasifik.....	5
1.3.	Hasil Pra-Survey Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan.....	11
1.4.	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai <i>Perceived Usefulness</i> (Persepsi Kegunaan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>Mobile Payment OVO</i> .....	13
1.5.	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai <i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan Penggunaan) Terhadap Keputusan Keputusan Penggunaan <i>Mobile Payment OVO</i> .....	15
1.6.	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan <i>Mobile Payment OVO</i> .....	17
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	37
3.1.	Operasional Variabel .....	49
3.2.	Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	55
4.1	Jenis Kelamin Responden.....	65
4.2	Usia Responden .....	66
4.3	Pendidikan Terakhir Responden.....	67
4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	68
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	69
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi .....	70

4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Penggunaan.....	71
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	74
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	76
4.10	Hasil Uji <i>Avarage Variance Extracted</i> (AVE).....	77
4.11	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ) .....	78
4.12	<i>Avarage Variance Extracted</i> (AVE).....	79
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Lercker Critetion</i> ) .....	80
4.14	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	81
4.15	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> ( $R^2$ ).....	82
4.16	Hasil Pengujian Hipotesis.....	84



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1.	Grafik Nominal Penggunaan Uang Elektronik (dalam jutaan Rp).....	2
1.2.	Pertumbuhan <i>Mobile Payment</i> 2018.....	6
1.3.	Grafik Pengguna <i>Mobile Payment</i> OVO (dalam jutaan).....	7
2.1.	Konsep Sederhana Model Penerimaan Teknologi (TAM) .....	29
2.2.	Model Kerangka Konseptual.....	42
4.1	Hasil Algoritma PLS .....	73
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) .....	75
4.3	Hasil Uji Bootstrapping.....	85
4.4	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> (Uji T-Statistics).....	88



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN</b> .....	96
A. Identitas Responden.....	97
B. Pengisian Kuesioner .....	98
<b>LAMPIRAN 2 HASIL OUTPUT SPSS 23</b> .....	101
A. Karakteristik Responden .....	101
1. Jenis Kelamin Responden.....	101
2. Usia Responden .....	101
3. Pendidikan Responden.....	101
B. Karakteristik Jawaban Responden.....	102
1. Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	102
2. Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> .....	102
3. Promosi.....	103
4. Keputusan Penggunaan.....	103
<b>LAMPIRAN 3 HASIL OUTPUT PLS</b> .....	104
A. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	104
1. Hasil Algoritma PLS .....	104
2. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	104
3. Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) .....	106
4. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi) .....	106
5. Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	107

6. Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ).....	107
7. Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Larcker Critetion</i> ).....	108
8. Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	108
B. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	108
1. Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ).....	108
2. Hasil Pengujian Hipotesis.....	109
3. Hasil Algoritma PLS ( <i>Bootsrapping</i> ).....	109



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA